基于大数据时代广电新媒体融合与发展

摘　要：随着社会逐渐趋向于现代化发展，大数据为各领域实现管理机制与运营模式的进一步完善与优化奠定了坚实的基础，广电新媒体事业也不例外。就目前来看，广电新媒体事业迎来了前所未有的激烈竞争局面，因此，结合大数据技术进行新一轮改革也已成为当前广电新媒体相关人士共同研究的课题之一。本文基于以上因素，就大数据时代下广电新媒体的融合与发展进行相关论述，旨在从根本上促进广电新媒体事业又好又快的发展进程，以供参考。

关键词：大数据时代；广电新媒体；融合；发展
中图分类号：G229.2　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）04-021-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.04.002

文 / 王洪涛

前言

在社会主义市场经济与科技水平已然实现稳定发展的背景下，广电新媒体事业也需在技术、运营模式等方面进行不断革新。与此同时，大数据技术的应用为进一步巩固与夯实广电新媒体在社会发展中所占据的重要地位奠定了坚实的基础，但也使得广电新媒体事业在实际发展过程中面临着诸多的挑战。故为切实发挥出大数据技术在广电新媒体中的积极作用，现有相关管理部门应将工作的重点放在大数据时代与广电新媒体的融合与发展上。

1. 大数据时代的相关概述

1.1 大数据时代的概念

大数据主要是指在一定时间及现有软件内满足采集、管理与统一分析的海量数据，同时此些海量数据需要利用更为先进的处理方式、数据分析能力，以实现对此些海量数据内资源的高效利用。

1.2 大数据时代的主要特征

就目前来看，大数据时代主要具有以下特征：第一，聚集化。指数据以不同形态不同类型源源不断地产生从而导致的数量聚集[1]；第二，多元化。主要体现在数据类型的多样上，现阶段相关学术界人士根据结构化程度的不同将大数据大致分为三种类型，即图像、视频、音频等，诸如此类非结构化的数据占据了大数据的绝大部分资源；第三，迅速化。指数据在产生以及处理、分析的过程中，花费的时间逐渐减少，同时数据具备高度的时效性，基于发展迅猛的网络技术第一时间反映出事物发展趋势。

2. 大数据时代下广电新媒体融合与发展

随着网络技术的快速发展，基于其下衍生出的大数据已被各领域所认知，同时此些领域将大数据应用在实际生产之中，以提升自身的综合实力。而网络技术在广电新媒体中利用后取得的优异成果也为其迎接大数据时代积累了大量的实质性经验[2]。就目前来看，如何让大数据时代在广电新媒体中充分发挥出自身的积极作用已经成为相关工作人员共同关注的话题，同时为促使广电新媒体的可持续发展，原有智能及网络化电视发展途径也不应彻底摒弃。

具体而言，在智能电视中应用大数据技术，可以对电视自身有效的信息资源存储量进行合理规划，并有效改善过去只能单方面接受观众信息资源境况，并以更加客观方式对此些信息资源进行合理整合及分析，使得智能化电视推动的内容更加符合大众的喜好[3]。由于广电新媒体的用户人群数量众多，因此利用大数据技对用户的需求进行精准分类与记录，也可为智能电视在后期升级与完善的过程中提供重要的参考依据。

3. 大数据技术对广电新媒体产业化的影响

就目前来看，技术革新为社会的发展奠定了坚实的基础，不仅从根本上提升了大众及各领域日益提升的需求，同时也使得技术所在领域始终向着市场化与商品化发展。举例而言，随着网络技术的快速发展，一些由此应运而生的网络信息交流平台也如雨后春笋般相继出现，推动了传统媒体向新媒体转型，不仅提升了媒体行业的发展速度，此种以爆炸性出现的信息资源同时也为媒体行业带来更多的发展机遇。对于大数据技术而言，其对广电新媒体事业的影响也不可忽视。

3.1 大数据技术对广电新媒体产业化发展的影响

企业作为社会主义市场经济重要组成部分，其在生产过程中会带来一定的经济服务效益，广电新媒体事业也不例外。同时，在大数据时代下，企业在生产过程中通过对大数据中具有价值数据研究及深入挖掘，能够促使企业尽快找到市场先机。因此，在将大数据技术应用在广电新媒体产业发展过程中时，相关工作人员应充分施展出大数据技术的实际应用效果，从而大大提升广电新媒体的社会效益及服务效益[4]。举例而言，某信息交

流平台的受众群体数量居多，且此交流平台能够通过对大众浏览页面的数量及频率合理判断出大众的喜好，并从中对网页界面的推送消息进行及时换新与升级，提升大众对此软件的满意度。

同样，在大数据时代的背景下，广电新媒体企业在运营模式及所创价值方面也面临着巨大的改革，从过去单一的信息交流渠道脱颖而出，形成一个具有多样性的连锁服务平台。将广电新媒体企业中自行生产出的商业及经济价值贯穿于大数据技术之中，能够促使广电新媒体企业不断适应时代发展的潮流，实现可持续发展。

广电新媒体企业的价值主要分为内部与外部两种，外部价值主要就是指大众对其生产产品及服务项目的满意度，同样，这种外部价值也成为各企业重要的竞争方向之一。为更好地获得用户对产品的感受，现阶段的广电新媒体企业也已经在设计新型产品的过程中将大数据技术融入其中。

广电新媒体企业的内部价值主要就是企业的精细化运营，结合大数据技术构建出符合企业自身发展及管理的新型系统，从而更好更快地找寻到企业在实际生产过程中所出现的问题及漏洞，并及时执行相关解决方案，以切实推动广电新媒体事业产业化的发展道路。

3.2 大数据技术对广电新媒体企业链条的影响

随着大数据技术在广电新媒体行业中的广泛应用，其对广电新媒体企业链条的影响也逐渐体现出来。具体而言，在原有广电新媒体企业中，各企业之间缺乏密切的联系，而在大数据时代之中，一些信息资源更具有共享性与公开性，促使企业之间也形成了一个稳定且协同的关系[5]。同样，在打造一个成功的广电新媒体品牌期间，企业应注重将大众在网络中的活动数据进行系统整合，并将此些数据中有价值的信息挖掘出来，从而对广电新媒体产品进行不断完善与扩充，以达到大众与广电新媒体产品与大数据之间的良性循环。

同样，在将大数据技术应用于广电新媒体事业中，也可通过大众的具体喜好及关注的重点，进行广电新媒体产业的深化，并可为发展及拓宽广电新媒体的周边企业奠定坚实的基础，诸如在广电新媒体企业与广告企业合作的过程中，就可利用大数据技术对用户需求进行系统的调查与了解，从而将自身的产业链条延长，切实实现自身经济利益最大化的发展目标。

3.3 大数据技术对广电新媒体社会需求的影响

就目前来看，大数据技术对广电新媒体社会的需求产生了巨大的影响，在现阶段的广电新媒体市场中，版权的所属及相关机构的成立依然成为其发展过程中的重要趋势之一，由于我国广电新媒体事业在版权方面的竞争力及议价水平有待提升，因此，在购买版权的过程中应选择用户关注度较高作品，从而降低引进版权所带来的一定风险性。不仅如此，在广电新媒体中，大数据会被应用于总体判定广电新媒体产品的收视率及点击率上，并通过已经拥有的数据，对大众的喜好进行系统的预判，从而更好地满足大众的需求。

同时，大数据技术的应用也是广电新媒体是否真正意义上得到大众认可的关键所在。大数据技术可以结合用户对广电新媒体产品下产生的行为进行总体判断，从而改善原有广电新媒体行业收视率造假的问题[6]。不仅如此，利用大数据技术也可在原有的基础上对用户行为数据进行更加综合的统计，并对此些数据中产生的原因及后期对广电新媒体产品的影响因素进行深入挖取，从而最大化地满足用户及社会对广电新媒体产品日益提升的需求。

结语

总而言之，通过对大数据时代下广电新媒体融合及发展之路相关研讨，我们不难发现，随着互联网技术与大数据时代的广泛应用，广电新媒体相关工作人员应将当前的工作重点放在广电新媒体的各个方面的改革上来，结合自身发展特征与现有媒体经济主要发展特征及规律，构建起一系列完善的广电新媒体管理机制，为大众提供最优的收看及收听体验，进而推动广电新媒体自身可持续发展的进程。媒

参考文献

[1] 周逵．生态与心态：中国广电新媒体平台建设与发展之困——基于对 25 位省级广电新媒体负责人的访谈 [J]. 新闻记者，2017（03）：43-51.

[2] 刘海滨．大数据时代广电新媒体的发展探索 [J]. 西部广播电视，2016（10）：52.

[3] 王曦．基于大数据时代分析广电新媒体的发展 [J]. 西部广播电视，2016（04）：56，62.

[4] 张建敏．广电新媒体之现状、困境与路径 [J]. 新闻战线，2015（07）：81-83.

[5] 张建敏．广电媒体的新媒体发展之路：现状、困境与路径 [J]. 当代电视，2015（04）：20-21.

[6] 潘洪涛．大数据时代广电新媒体的发展 [J]. 青年记者，2013（27）：21-23.

（作者单位：黑龙江广播电视台）